Communiqué de presse

« Luxembourg Ad'Report 2015 » : 152,4 millions euros d'investissements bruts dans la publicité en 2015 au Grand-Duché de Luxembourg

Luxembourg, le 04 mars 2016

Après une année 2014 de transition qui a vu la pige être reprise en main par Espace Pub (la Fédération des Régies Publicitaires au Luxembourg) et l'adoption d'une méthodologie déclarative pour l'ensemble des médias, l'année 2015 fut celle de la continuité. D'un bout à l'autre du calendrier, les membres d'Espace Pub et la société Nielsen ont travaillé main dans la main afin de collecter, contrôler, catégoriser par secteurs et enfin publier les investissements publicitaires dont vous pourrez consulter les principaux enseignements plus loin dans cette communication.

Notez que pour la première fois, les bilans présents dans ce communiqué tiendront compte dans leur intégralité des données Internet. Intégré en 2014, ce média dispose en effet maintenant d'une couverture dans le temps suffisante pour pouvoir en analyser l'évolution.

Sachez enfin que l'ensemble de ces chiffres (validés par la commission technique, composée des membres d'Espace Pub, de Nielsen et d'un représentant de l'état) sont dès à présent disponibles de manière plus détaillée via une interface web appelée ADEX Adstat, moyennant des droits d'accès limités.

Envie d'en savoir plus ? N'hésitez pas à contacter **Madame Marie-Laure Moreau** (Confédération Luxembourgeoise de Commerce) par e-mail marie-laure.moreau@clc.lu ou par téléphone **+352 439 444 724**

D'un point de vue résultats, les investissements publicitaires bruts au Grand-Duché de Luxembourg se sont élevés **en 2015** à **152,4 millions euros**, ce qui constitue, à périmètre égal, une **progression de 1,61%** ou 2,4 millions euros par rapport à 2014 (150,0 millions). Ces chiffres prennent en considération les investissements publicitaires au Luxembourg – commerciaux et non commerciaux – et couvrent les types de médias suivants : quotidiens, hebdomadaires, périodiques, radios, TV, Internet, affichage, cinémas et folders.

Evolution trimestrielle des investissements bruts. (en millions d'€)

	2015	2014	Δ 2015-2014 (en%)
Trimestre 1	37,615	35,565	5,76%
Trimestre 2	39,684	40,323	-1,58%
Trimestre 3	32,173	30,807	4,43%
Trimestre 4	42,956	43,317	-0,83%
Grand Total	**152,429**	**150,012**	**+1,61%**

En réduisant le périmètre aux **communications** dites **commerciales** (c'est-à-dire en ne tenant pas compte des offres d'emplois, des communications publiques, financières et juridiques, ainsi que des autres petites annonces et faire-part divers), le total des annonces commerciales (résultats bruts) se chiffre pour **2015** à **129,0 millions euros** contre 125,9 millions euros en 2014 ce qui constitue une **progression de 2,50%.**

Notez enfin que par type de média, l'étude réalisée par Nielsen pour le compte de la fédération des régies médias Espace Pub, a abouti aux résultats suivants (en millions d'€) :

Média	2015	% du total	2014	% du total	Δ 2015-2014 (en %)
Quotidien	69,386	45,52%	69,756	46,50%	-0,53%
Radio	24,627	16,16%	23,729	15,82%	3,78%
TV	12,310	8,08%	12,600	8,40%	-2,30%
Hebdomadaire	10,106	6,63%	9,317	6,21%	8,47%
Folder	8,313	5,45%	8,426	5,62%	-1,34%
Internet	10,427	6,84%	9,982	6,65%	4,46%
Affichage	7,886	5,17%	7,239	4,83%	8,94%
Périodique	7,225	4,74%	6,807	4,54%	6,14%
Cinéma	2,147	1,41%	2,156	1,44%	-0,42%
Grand Total	**152,429**		**150,012**		**+1,61%**

Annexes

Investissements publicitaires par groupe économique – annonces non-commerciales* incluses (en millions d'€)

Groupe économique	2015	% du total	2014	% du total	Δ 2015-2014
Culture, Tourisme, Loisirs, Sports	21,040	13,80%	21,282	14,19%	-1,14%
Equipement Maison, Jardin, Bureau	20,134	13,21%	19,521	13,01%	3,14%
Autres Services	19,103	12,53%	16,115	10,74%	18,54%
Transports	18,399	12,07%	19,766	13,18%	-6,92%
Distribution	17,975	11,79%	19,743	13,16%	-8,96%
Services Bancaires et Financiers	10,468	6,87%	9,930	6,62%	5,42%
Habillement et Accessoires	7,845	5,15%	7,624	5,08%	2,90%
Télécommunications	7,430	4,87%	7,272	4,85%	2,17%
Boissons	3,523	2,31%	3,296	2,20%	6,88%
Beaute, Hygiene, Sante, Soins Corporels	1,880	1,23%	1,366	0,91%	37,62%
Energie, Ressources et Combustibles	1,727	1,13%	1,362	0,91%	26,81%
Alimentation	1,396	0,92%	1,162	0,77%	20,18%
Divers	0,277	0,18%	0,233	0,16%	18,72%
Agriculture et Industrie	0,218	0,14%	0,152	0,10%	43,26%
Univers non-commercial (*)	21,006	13,78%	21,180	14,12%	-0,82%
Grand Total	**152,429**		**150,012**		**1,61%**

** les avis financiers, les avis officiels, les avis familiaux, les petites annonces, le marché de l'emploi et les communications juridiques*

Investissements publicitaires par groupe économique – annonces commerciales uniquement (en millions d'€)

Groupe économique	2015	% du total	2014	% du total	Δ 2015-2014
Culture, Tourisme, Loisirs, Sports	21,040	16,31%	21,282	16,91%	-1,14%
Equipement Maison, Jardin, Bureau	20,134	15,61%	19,521	15,51%	3,14%
Autres Services	19,103	14,81%	16,115	12,80%	18,54%
Transports	18,399	14,26%	19,766	15,70%	-6,92%
Distribution	17,975	13,93%	19,743	15,69%	-8,96%
Services Bancaires et Financiers	8,071	6,26%	6,973	5,54%	5,42%
Habillement et Accessoires	7,845	6,08%	7,624	6,06%	2,90%
Télécommunications	7,430	5,76%	7,272	5,78%	2,17%
Boissons	3,523	2,73%	3,296	2,62%	6,88%
Beaute, Hygiene, Sante, Soins Corporels	1,880	1,46%	1,366	1,09%	37,62%
Energie, Ressources et Combustibles	1,727	1,34%	1,362	1,08%	26,81%
Alimentation	1,396	1,08%	1,162	0,92%	20,18%
Divers	0,277	0,22%	0,233	0,19%	18,72%
Agriculture et Industrie	0,218	0,17%	0,152	0,12%	43,26%
Grand Total	**129,024**		**125,874**		**2,50%**

(**) Le groupe économique « Services bancaires et financiers » est ici apuré du sous-secteur « Emission de titres et fonds » dont les investissements publicitaires sont considérés comme ayant un caractère non-commercial.

Top 20 des investisseurs en 2015

Ranking 2015	Annonceur	Ranking 2014
1	CACTUS	(1)
2	POST LUXEMBOURG	(2)
3	TANGO SERVICE SA	(5)
4	AUTODISTRIBUTION LOSCH SARL	(4)
5	KICHECHEF SARL	(16)
6	BANQUE ET CAISSE D'EPARGNE DE L'ETAT - BCEE	(3)
7	GROUP DELHAIZE	(8)
8	MERCEDES-BENZ	(13)
9	RENAULT	(11)
10	MOBEL ALVISSE	(12)
11	MOBEL MARTIN	(6)
12	PEUGEOT	(7)
13	ORANGE SA	(19)
14	AUCHAN	(20)
15	BNP PARIBAS	(17)
16	BANQUE RAIFFEISEN, CAISSE RAIFFEISEN	(15)
17	LUXAIR SA	(23)
18	COCA COLA	(36)
19	SOURCES ROSPORT SA	(35)
20	MC DONALD'S	(28)

La liste des titres repris dans l'étude actuelle est la suivante

HEBDOMADAIRES	**QUOTIDIENS**	**CINEMA**
	Luxemburger Wort	LE RESEAU NATIONAL
Contacto	Tageblatt	
Jeudi (Le)	Lëtzebuerger Journal	
Lëtzebuerger Land (D')	Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek	
Lux-Post	Quotidien (Le)	
Revue	L'essentiel	
Télécran	**INTERNET (2015)**	
Woxx	Editus.lu	
PERIODIQUES	Eldoradio.lu	
Auto-Moto	Lessentiel.lu	
AutoRevue	Luxweb.lu	
Autotouring	Paperjam.lu	
City Magazine	Rtl.lu	
Delano	Tageblatt.lu	**AFFICHAGE**
	Wort.lu	Abribus JC Decaux
Flydoscope	**TELEVISION**	Affichage Utopolis
Gaart an Héem	RTL Télé Lëtzebuerg	publi.lux
Handwierk (D')	**RADIOS**	**FOLDERS**
Merkur	RTL Radio Lëtzebuerg	Lux-Diffusion
Monde Diplomatique (Le)	Eldoradio	I-Mail
PaperJam	Radio Latina	

Au sujet d'Espace Pub ASBL

Espace Pub est une association professionnelle jouant le rôle de fédération des régies médias de droit luxembourgeois. L'association est composée actuellement des sociétés Edita, Editpress, Editus, Imprimerie Centrale, IP Luxembourg, JC Decaux, Maison Moderne, publi.lux et Regie.lu.
Les membres d'Espace Pub représentent plus de 90 % des investissements publicitaires bruts réalisés sur le marché luxembourgeois.

Au sujet de Nielsen

Nielsen NV (NYSE: NLSN) est une société de gestion de performance globale qui fournit une compréhension approfondie du comportement du consommateur, de ce qu'il « voit » (Watch) et « achète » (Buy). Le département Watch fournit aux clients du secteur des médias et de la publicité les données issues de la mesure d'audience, peu importe le type d'appareil utilisé pour visionner le contenu (vidéo, audio, texte). Le département Buy offre aux fabricants et distributeurs la seule vue globale de mesure de performance pour la vente au détail. En intégrant les informations provenant du département Watch et Buy ainsi que d'autres sources de données, Nielsen propose à ses clients à la fois des mesures ainsi que des analyses permettant d'améliorer les performances. Nielsen, une société S & P 500, a des activités dans plus de 100 pays qui couvrent plus de 90% de la population mondiale. Pour plus d'informations, visitez le site www.nielsen.com.